

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Veronika Vyskočilová		
Název práce	Návrh na rozšíření sortimentu v oblasti privátních značek		
Obor/forma studia	MK KS	Rok	2020-2021
Autor posudku	prof. Mgr. Peter Štarchoň, PhD.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
Naplnění tématu a rozsah práce	30	a
Nastavení cílů a metod práce	40	a
Úroveň teoretické části práce	50	a
Úroveň analytické části práce	50	a
Úroveň projektové části práce	50	c
Splnění cíle práce	60	a
Struktura a logika textu	40	a
Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	b
Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	30	b
Jazyková a formální úroveň práce	30	b
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,30	B

Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Vhodný výber skúmanej problematiky a celkovo konzistentne spracovaná záverečná práca.
- Využitie zdrojov orientovaných sa súčasnú hospodársku prax a čiastočnú reflexiu pandémie ochorenia COVID-19.
- Realizácia predvýskumu a akcent na etickú stránku výskumu.
- Spracovanie primárneho výskumu vo vzťahu k cieľu diplomovej práce (a to i napriek orientácii na deskriptívnu štatistiku, jej potenciál bol však využitý plnohodnotne).

Výhrady, pripomínky a námety k práci (slabé stránky):

- Práca sa opiera o relevantný výber zdrojov, avšak v dominantnej miere sa jedná o zdroje domácej proveniencie, či preklady zahraničných autorov. Taktiež by bolo očakávané aj využitie najaktuálnejších zdrojov.
- V metodike práce mohli byť prezentované všetky vedecké metódy využité pri spracovaní celej diplomovej práce.
- Limity vyplývajúce zo štruktúry vzorky (tie si však diplomantka plne uvedomuje a v práci ich aj uvádza), disproporcie medzi celkový počet respondentov N=219 a počtami uvádzanými pri jednotlivých otázkach (N=813, N=617 apod.). Jednalo sa tu o celkový počet zaznamenaných variantov odpovedí?
- Zvážil by som zaradenie kapitoly 8 Marketingová komunikace spoločnosti Lidl do projektovej časti, vo vzťahu k obsahu by bola vhodnejšou súčasťou praktickej časti diplomovej práce.
- Zúžený rozsah a všeobecnejších charakter navrhovanej komunikačnej kampane.

Otázky k obhajobě:

- Identifikujte rozdiely medzi predstaviteľom značky a ambasádorom značky.
- Konfrontujte výsledky rebríčka najhodnotnejších značiek podľa BrandFinance a podľa Interbrand.

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01

- Do akej miery ste spolupracovali na skúmanej problematike so zástupcami spoločnosti Lidl Česká republika v.o.s.? Budú, resp. boli im poskytnuté výsledky prezentované v záverečnej práci? Aké sú limity implementácie Vami navrhovaných riešení?

Kontrola plagiátorství byla negativní/positivní – systém našel shodu 0 %.

Ve Zlíně dne <<<12. 5. 2021>>>

Podpis: